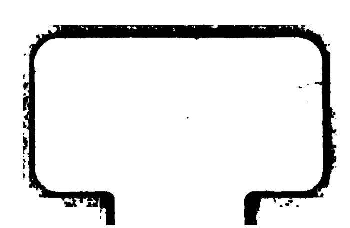






4.50

Centralverband der Handlungsgehülfen und Gehülfinnen Deutschlands ▿ Sitz Hamburg

Warenhäuser und Kleinhändler

Von Adolf Braun

Preis 10 Pfennig

Die Warenhäuser

und die

Mittelstandspolitik der Zentrumspartei

Von

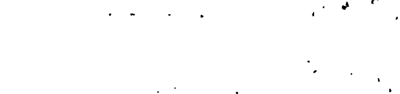
Adolf Braun



Berlin 1904

Verlag: Expedition der Buchhandlung Vorwärts

(E. Preczang-Berlin-Rahnsdorf)



Inhalts-Verzeichnis.





I. Einleitung.

Eine Entwicklungsgeschichte des Handels ist noch zu schreiben, während wir über die Entwicklung des Gewerbes verhältnismäßig gut informiert sind, nach Marx hat eine Reihe bürgerlicher Forscher, wir nennen aus neuester Zeit Bücher und Sombart, die Entwicklung des Gewerbes sehr stark aufgehellt. Wohl fehlt es durchaus nicht an einer sehr umfangreichen Literatur über den Handel, wohl aber an einer nicht am äußerlichen haftenden, in die innern Verhältnisse und in die Entwicklungsgesetze eindringenden systematischen Darstellung. Merkwürdig ist auch, daß die Kritik der Sozialisten, obgleich sie doch, wie Fourier beweist, oft von einer Betrachtung des Handels ausgegangen sind, in den letzten Jahrzehnten ziemlich achtlos an den Erscheinungs- und Entwicklungsformen des Handels vorbeigegangen ist. Die merkwürdige Neugestaltung im Handel, das Warenhaus, zog immer mehr die Aufmerksamkeit auf sich, so daß eine Darstellung seiner Bedeutung auch für Arbeiterkreise einmal versucht werden muß.

Man muß mit einigen Schwierigkeiten bei der Anwendung sonst landläufiger Ausdrücke bei einer Erörterung der Wirtschaftsformen im Handel rechnen. Wir sprechen alltäglich vom Großbetrieb und Kleinbetrieb so in der Industrie, in der Landwirtschaft, im Verkehrswesen, diese Ausdrücke sind bei Besprechung des Handels nicht einfach zu verwenden. Was Großindustrie, was große Landwirtschaft ist, weiß jedermann, eine Produktion mit einer großen Zahl abhängiger Arbeitskräfte, mit viel eignem oder fremdem Kapitale, meist beiden, mit der Herstellung von Waren in großen Mengen. Der Großhandel kann dagegen ein Betrieb mit wenig Arbeitskräften sein, für ihn ist nur bezeichnend, daß er Waren in großen Mengen, nicht an den letzten Konsumenten, sondern an den Wiederverkäufer vermittelt, während der Kleinhändler nicht durch die Kleinheit des Betriebes, nicht durch die geringe Zahl der Beschäftigten und auch nicht durch die mäßige Größe des im Betriebe verwendeten Kapitals bestimmt ist, sondern ausschließlich durch den direkten Verkauf an den Konsumenten in einzelnen kleinen, direkt zum Verbrauch bestimmten Warenmengen. Wir können somit von Kleinbetrieb und Großbetrieb im Detailhandel, ebenso von Kleinbetrieb und Großbetrieb im Großhandel sprechen. Es gibt viel größere Betriebe im sogenannten Klein- und Detailhandel, als die Mehrzahl der Betriebe im Großhandel, und ebenso gibt es eine Unzahl von kleinen und mittleren Betrieben im Großhandel, besonders wenn wir Großbetrieb, Mittel- und Kleinbetrieb, wie es, mehr äußerlichen Momenten folgend, die Reichsstatistik tut, nach der Zahl der beschäftigten Personen einschätzen. Hier zeigen sich ganz erhebliche Verschiedenheiten zwischen Industrie und Handel, auf die im Einzelnen hier nicht eingegangen werden kann. Es mag nur bemerkt werden, daß der Faktor Kapital im Großhandel, der Faktor Arbeit im Detailhandel eine größere Rolle spielt. Die ungeheure Mannigfaltigkeit der Handelsbetriebe sei hier nur erwähnt, da wir uns an dieser Stelle nur mit den Erscheinungen des Detailhandels zu befassen haben.

Eigenartige Entwicklungstendenzen ze[illegible] in den letzten Jahrzehnten im Detailhandel. Erscheinungen, die man [illegible]tig begreift, wenn man sie nicht gesondert von dem gan[illegible] unsrer Volkswirtschaft betrachtet, wie dies die Mittelst[illegible]dern sie als einen Teil der ganzen wirtschaftlichen Entwi[illegible]. Wir finden da zwei sich anscheinend nicht vereinbaren[illegible] der einen Seite das starke Anwachsen der Klein- und Zw[illegible]her Vernichtung der äußerlich selbständigen Existenzen, aber [illegible]ändigem Ersatz aus andren Berufsgruppen. Wir werden [illegible]gen in dem 3. Kapitel näher eingehen. Die andre Entwicklungsrichtung [illegible] zum Großbetrieb. Wir finden da gewaltige Betriebe, Warenhäuser, Versandgeschäfte, Konsumvereine. Die Entwicklung zum Zwergbetrieb findet sich in ganz ähnlicher Weise wie im Handel, in der Landwirtschaft, wo vorläufig die Entwicklung zum Großbetrieb infolge hemmender Erscheinungen nicht so stark, wie man es erwarten sollte, zum Ausdruck gelangt. Abgesehen von dieser in ihren Ursachen nicht zu erörternden scheinbaren Ausnahme finden wir die Entwicklung zum Großbetrieb als eine allgemeine Erscheinung unsrer Volkswirtschaft ebenso augenfällig in der Industrie wie im Verkehrswesen, und zwar ebenso im Schiffahrtsbetriebe wie beim Landtransporte, ebenso im Bankwesen wie im Detailhandel, im Bergbau wie im Getreidehandel. Wir haben es somit bei der Entwicklung des Detailhandels zum Großbetriebe nicht mit einer krankhaften, der Natur dieser Betriebe widersprechenden Erscheinung zu tun, sondern mit einer Entwicklung, die durchaus den Gesetzen der Volkswirtschaft in der ihrem Höhepunkte sich nähernden kapitalistischen Wirtschaftsepoche entspricht. Diese Tatsache allein läßt es ausgeschlossen erscheinen, daß der Kampf gegen die Warenhäuser, daß die Sicherung der Existenz der Ladengeschäfte vor dem Wettbewerbe der Warenhäuser aussichtsvoll erscheinen kann. Der Jahrhunderte lange Kampf gegen den Großbetrieb im Gewerbe hat mit dem vollen Siege der großen Industrie geendet. Nicht viel anders wird das Ergebnis des heute so scharf geführten Kampfes zwischen Detailhandel im kleinen und den Großbetriebsformen des Kleinhandels sein. Das muß jeder erkennen, der für den ganzen Entwicklungsgang der kapitalistischen Wirtschaft Verständnis hat. Mit dem Leugnen harter Tatsachen nützt man niemandem, man spielt sich bestenfalls als ein falscher Freund der wirtschaftlich Schwächeren auf. Wir haben ebenso viel Mitgefühl wie nur irgend jemand sonst mit den im Kampfe um seine Existenz schwer ringenden Kleinhändlern, aber wir nützen ihnen nicht im mindesten, wenn wir ihnen falsche Hoffnungen erwecken, wenn wir ihnen raten, einer geheimnisvollen Macht des Staates zuzutrauen, daß er den Gang der wirtschaftlichen Entwicklung hemmen, und damit die Existenz des Detailhandels im Kleinen auf die Dauer sichern könne. Der einsichtige Politiker wird es immer nicht bloß für das ehrlichste, sondern auch für das klügste und für das beste halten, nichts zu verschweigen und den Tatsachen ins Gesicht zu sehen. Das soll auch in den nachstehenden Ausführungen über die Warenhäuser und über den Existenzkampf der Kleinhändler, sowie bei der Kritik der Mittelstandspolitik geschehen.

II. Das Warenhaus.

Der Großbetrieb im Detailhandel hat verschiedene Formen angenommen, die der großen Spezialgeschäfte, der Versandgeschäfte, der Konsumvereine, der Warenhäuser, um nur die wichtigsten hier anzuführen. Die Konsumvereine unterscheiden sich von den andren Großbetriebsformen im Kleinhandel durch ihre Beschränkung auf einen festumgrenzenden Personenkreis und durch das

Absehen von geschäftlichem Gewinn. Ihre Eigenart empfiehlt, sie aus den nachstehenden Betrachtungen auszuscheiden, es ist dies um so leichter möglich, als über die Konsumvereine eine außerordentlich reiche Literatur vorliegt, in der die hier berührten Fragen zum Teil in trefflicher Weise behandelt sind. Unter den übrigen Formen des Großbetriebes ragt das Warenhaus durch die für jedermann sichtbare Leistungsfähigkeit und durch die Stärke seines Wettbewerbes hervor. Damit soll nicht bestritten werden, daß die Versandgeschäfte dem kleinen Detailhandel sehr scharf zusetzen, aber die Wirkung der Versandgeschäfte verteilt sich auf so zahlreiche Orte, daß die Konkurrenzerscheinungen nicht so deutlich zu erkennen sind, wie beim Warenhaus, dessen Wirkung sich in der Hauptsache auf seinen Standort konzentriert. Das Warenhaus beginnt aber auch das Versandgeschäft an sich zu ziehen, so daß sich, wenn auch erst in den Anfängen, neben der starken Nahewirkung eine von Jahr zu Jahr steigende Fernwirkung bemerkbar macht.

Gehen wir nun an die Betrachtung des Warenhauses selbst.

Das Warenhaus ist die großkapitalistische Form des Detailhandels. Es arbeitet mit einem erheblichen fixen und mit einem noch viel größeren umlaufenden Kapital. Es verwendet eine große Zahl von Arbeitskräften, hat das Prinzip der Arbeitsteilung und Arbeitsvereinigung auf diesem Gebiete auf eine bisher nicht gekannte hohe Stufe gebracht. Es strebt die völlige Bedürfnisbefriedigung breiter Volksschichten an. Rascher Umschlag des Kapitals ermöglicht ihm billigste Preisstellung, das System der Barzahlung ist die Voraussetzung dafür, daß das umlaufende Kapital sich bei diesen Riesenbetrieben wenn auch in weiten, so doch festen Grenzen halten kann. Hauptsächlich beschränkt sich der Absatz auf gangbare, stets begehrte Massenartikel, während ausnahmsweise Bedürfnisse in der Regel nicht befriedigt werden können. Doch zeigt das Uebergreifen der Warenhäuser auf den Kunsthandel und das kunstgewerbliche Gebiet, daß auch die Befriedigung individuellen Geschmackes nicht außerhalb des Bereiches der Warenhäuser liegt, wenn selbstverständlich auch der Massenkonsumartikel, die Anpassung an den Bedarf breiter Volksschichten das Rückgrat des Warenhausorganismus bleiben wird.

Während in dem Großbetrieb der Industrie die Werkzeugmaschine die augenfällige Erscheinung ist, so ist es im Warenhause die auf das feinste ausgebildete Organisation. Der rein geschäftliche Charakter des Handels kommt im Warenhaus zum unverfälschten Ausdruck, während im kleinen Detailhandel die persönlichen Beziehungen zwischen Käufer und Verkäufer von erheblicher, oft von Ausschlag gebender, wenn auch nicht immer erfreulicher Bedeutung sind. Ebenso sind die Beziehungen zwischen Chef und Personal durchaus geschäftsmäßige, der letzte Rest patriarchalischer Beziehungen zwischen Unternehmern und Arbeitern ist im Warenhause ebenso weggewischt wie in der industriellen Aktiengesellschaft.

Das Warenhaus schafft die einfachsten Formen des Einkaufes, seine Massenwirkung zwingt es, von den kleinen Vorteilen des Detailhandels, wie schlechtem Gewicht, Qualitätsverschleierung, Warenverfälschung abzusehen, weil es mit der Kontrolle der öffentlichen Meinung, mit der Gefahr einer Schädigung seines Rufes ständig zu rechnen hat. Eine rein kaufmännische Geschäftsleitung und Geschäftsführung ist die Voraussetzung für Existenz und Gedeihen des Warenhauses. Es muß mit geschulten und gelernten Kräften geführt werden, ein ganzes System von Kontrollmaßnahmen ist die Voraussetzung des Gedeihens, alles Vorzüge, die es rein kaufmännisch betrachtet, vor dem Detailhandel hat. Eine weitgehende Reklame durch Annoncen, Kataloge und schon durch die Aufstellung der Waren wirkt ständig zur Heranziehung der Kundschaft. Die Größe des Betriebes, der Umfang der Kundschaft, ermöglicht eine Uebersicht über den Bedarf, wie er dem bestgeschulten Detailhändler abgeht. Bei allem Reichtum an Formen und Warengattungen legt sich das Warenhaus doch gewisse Beschrän-

kungen auf, die der Detailhändler mit Rücksicht auf die Mannigfaltigkeit der Wünsche seines Publikums nicht wagen kann.

Die Mode, das Verhängnis vieler Detailgeschäfte, vor allem im Kunst- und Bekleidungsgewerbe, aber auch in Wohnungseinrichtungs- und andren Geschäften, hat für das Warenhaus ihren Schrecken verloren. Der Detailhändler fürchtet stets den Wandel der Moden, der, weil er zu rasch erfolgt, unabsetzbare Lager für ihn zur Folge hat. Für ihn ist, was vor wenigen Monaten neueste Mode war, heute Ramschware, weil er in der Regel mit einer bestimmt begrenzten Gesellschaftsschicht bei seiner Kundschaft zu rechnen hat. Ganz anders beim Warenhaus. Die verschiedensten Schichten der Gesellschaft senden ihm Kunden zu, was für eine Schicht der Gesellschaft den Reiz verloren hat, bleibt für eine andre noch verkäuflich, die Mode von heute für die obersten 10 000 ist die Mode des Mittelstandes, nachdem die Saison ihren Höhepunkt überschritten hat und wird doch für die breiten Schichten der Bevölkerung im kommenden Jahre noch leicht absetzbar. Das Warenhaus geht vielfach, so in der Konfektion, in der Wäscheindustrie zur eignen Produktion über, es ist vielfach in der Lage, durch unerhebliche Aenderungen den aus der Mode gekommenen Waren ein andres Aussehen und damit eine von neuem gesteigerte Verkäuflichkeit zu geben, was dem Detailhändler, der vom Grossisten die Waren bezieht, nicht möglich ist. Die Eigenproduktion schafft auch die Möglichkeit ununterbrochener Neugestaltung und andrerseits eine ständige Anpassung der Produktion an den Bedarf, in mancher Hinsicht bedeutet der hohe Beschäftigungsgrad vieler Fabriken für die Warenhäuser ähnliche Vorzüge wie die Eigenproduktion, während der Detailhändler bei seinen Abschlüssen vor der Saison mit den Gefahren der Spekulation zu rechnen hat. Ist das Detailgeschäft in Hinsicht auf viele Waren von der Mode abhängig, so kann das Warenhaus in gewisser Hinsicht auf die Mode, wenn auch nicht der reichsten Gesellschaftsschichten, bestimmend wirken.

Von ganz hervorragender Bedeutung für die Konkurrenzfähigkeit des Warenhauses ist seine Ersparnis an Generalunkosten. Dies erscheint bei seiner Größe, bei dem Umfange der Bauten, der Zahl der beschäftigten Personen, der mächtigen und häufigen Reklame auffallend und unwahrscheinlich, und doch ist es unzweifelhaft der Fall. Der Verkehr in den Warenhäusern ist in erheblich höherem Maße ein ständiger als in dem sonstigen Ladengeschäfte, er ermöglicht somit eine intensivere Ausnützung des Personals; bei einer guten organisatorischen Einrichtung, die die Voraussetzung jedes gedeihenden Warenhauses ist, ist es auch möglich, das Personal in dem beim Publikum weniger beliebten Geschäftsstunden anderweitig im Interesse des Geschäftes zu beschäftigen. Während beim Detailhändler die Arbeitszeit des Ladenpersonals ohne Vorteil für dieses durch zahlreiche Pausen unterbrochen ist, findet im Warenhause eine fast ununterbrochene Beschäftigung des Personals statt, so daß es auch bei günstigerer Arbeitszeit und weniger schlechten Löhnen als im Ladengeschäfte bei dem geringen Prozentsatze von Lehrlingen einen kleineren Teil der allgemeinen Geschäftsunkosten erfordert, als im Ladengeschäfte. In noch viel höherem Maße ergibt sich ein Vorteil für das Warenhaus durch die Ausnützung der Räumlichkeiten, indem für den Verkauf sonst unbenützbare, nach dem Hof gelegene Teile des Hauses, Gänge, Winkel, selbst Treppenhäuser als Verkaufsstellen benützt werden können. Die Warenhäuser besitzen zumeist eigne für ihre Zwecke besonders errichtete Gebäulichkeiten, sie haben damit die denkbar günstigsten Räume, sind sicher vor den von den Ladeninhabern so gefürchteten Mietssteigerungen und vor der Ausmietung durch die Konkurrenz. Dadurch daß sich die Warenhäuser viel sicherer in ihren Räumen fühlen als die mit ihnen konkurrierenden Ladengeschäfte, sind sie in der Lage, dauernde, viel rationellere und damit auch billigere Einrichtungen zu treffen,

Heizung und Beleuchtung kann im Selbstbetriebe geschaffen werden. Ein eignes Personal kann für die Reinigung gehalten werden, so ergeben sich so ziemlich in jeder Hinsicht stark ins Gewicht fallende Ersparnisse an Generalunkosten und auch damit gesteigerte Konkurrenzfähigkeit gegenüber dem Ladengeschäfte, das eben bei der Kalkulation weit höhere Prozente auf den Einkaufspreis für die Generalunkosten schlagen muß, als das Warenhaus.

Die Reklame der Warenhäuser erscheint ganz außerordentlich groß, ihre Kosten sind aber unzweifelhaft erheblich geringer als die einer Summe von Ladengeschäften mit dem gleichen Umschlag von Kapital, ganz abgesehen von den höheren Rabatten, die sie als fleißigste Inserenten von den Zeitungsverlagen erzielen.

Die Konzentration des Detailhandels im Warenhaus ermöglicht auch eine starke Verminderung des im Detailhandel üblichen Profites. Erwägt man, wie viele selbständige Ladengeschäfte einem dem Warenhausumsatze gleichwertigen Warenumsatze entsprechen, so wird die Feststellung nicht schwer, wie viele Familien in bürgerlicher Existenz als Besitzer von Ladengeschäften davon leben wollen, während im Warenhaus, abgesehen natürlich von der Verzinsung des angewandten Kapitals, selbst ein hoher Unternehmergewinn noch immer weit geringere Summen erfordert, als die Erhaltung so vieler selbständiger Detailhändler. Der Profit des Warenhauses ist individuell hoch, relativ niedrig, der der Ladeninhaber relativ gering, absolut größer als der des Warenhauses.

Noch bedeutungsvoller als alle diese Momente erscheint uns der rasche Umschlag des Kapitals im Warenhaus und zwar der rasche Umschlag eines verhältnismäßig geringen Kapitals. Wenn man auch nur auf Vermutungen angewiesen ist, so läßt sich wohl die Behauptung wagen, daß das Warenhaus kaum die Hälfte, vielleicht nicht den dritten Teil des Kapitals notwendig hat, als die Summe der Ladengeschäfte, deren Jahresumsatz dem eines Warenhauses gleichkommt. Das Warenhaus arbeitet nur gegen bar. Vielfach kauft es nur bar ein, jedenfalls verkauft es nur gegen bar. Ganz anders der kleine Ladeninhaber. Er kauft in der Regel auf Kredit, verkauft nur zu häufig, vielfach ohne genügende Vorsicht, auf Kredit. Er kauft deswegen, ganz abgesehen von den andern Momenten, die dies bedingen, teurer ein, und er verkauft auch weniger vorteilhaft, dafür aber mit desto größerem Risiko. Das große Warenhaus macht natürlich viel umfangreichere Bestellungen, es ist in der Lage, Zwischenhändler auszuschalten, deren Gewinn für sich zu beanspruchen bezw. zur Verminderung des Verkaufspreises zu verwenden, ja es kann sogar wegen der erheblichen Bedeutsamkeit seiner Kundschaft, wegen des Wertes ihrer Erhaltung, wegen der großen Sicherheit, die es bietet und nicht zuletzt wegen der Einheitlichkeit seiner Aufträge viel billigere Preise beanspruchen, als der Großhändler. Der große Unternehmer macht dem Warenhause auch um deswillen besondere Zugeständnisse, um es von dem Uebergange zur Eigenproduktion abzuhalten bezw. um es nicht dazu zu reizen. Der rasche Umschlag der Waren ergibt sich aus der Uebersicht über den Bedarf, den das Warenhaus naturgemäß in viel höherem Maße besitzt als der sonstige Detailhändler. Endlich ist auch zu erwägen, daß abgesehen von dem Warenkredit fremdes Geld eine sehr erhebliche Rolle spielt. Daß das gutfundierte Warenhaus „billigeres" Geld als der Detailhändler erhält, erklärt sich aus der größeren Durchsichtigkeit seiner Verhältnisse, aus dem Mangel an Außenständen, aus der Größe des Geschäftes und aus den vielen Interessen, die mit der dauernden Erhaltung dieser Geschäfte auf das Engste verbunden sind. Das Warenhaus arbeitet mit billigem Bankkredit, alle Ladeninhaber mit scheinbar nichts kostendem, tatsächlich sehr teurem Warenkredit.

Sicherlich wäre es eine Uebertreibung, den Detailhändlern im allgemeinen Mangel an Warenkunde und an den erforderlichen kaufmännischen Kenntnissen

nachzusagen, aber jeder kundige Detailhändler wird bedauernd zugestehen, daß diese Vorwürfe für eine sehr erhebliche Zahl von Detailhändlern Geltung besitzen. Es kann dies ja gar nicht anders sein, da doch, wie wir später noch ausführen werden, der Detailhandel die letzte Zuflucht zahlreicher Existenzen ist, die niemals vorher mit dem Handel mehr zu tun hatten, als der Durchschnitt der Arbeiter oder der Subalternbeamten. Ganz anders liegen die Verhältnisse bei dem Warenhause. Alles spricht dafür, daß die Warenhäuser bloß von hervorragend kaufmännisch erprobten Männern gegründet und geleitet werden, sicher ist aber, daß in die verantwortlichen und für die Organisation des Betriebes maßgebenden Stellen die tüchtigsten und erfahrensten kaufmännischen Kräfte gesetzt werden. Während für das Detailgeschäft nur zu oft die Billigkeit der kaufmännischen Hilfskraft den Ausschlag gibt, fehlt diese Kurzsichtigkeit im Betriebe des Warenhauses, dieser scheinbare Mangel an Sparsamkeit bewährt sich vollkommen. So kann man ohne Uebertreibung sagen, daß in bezug auf Kapital, auf seine Umschlag-Häufigkeit, auf Umfang und Leichtigkeit des Kredits, auf Warenkunde und kaufmännische Kenntnisse, auf Generalunkosten das Warenhaus dem übrigen Detailhandel gegenüber im Vorsprunge ist. Das Gleiche gilt für die Ausnützung der Arbeitskräfte, für das Verhältnis zu den Lieferanten und für die Bequemlichkeit des Publikums.

Die Bequemlichkeit des Publikums ist ein Moment, das die Entwicklung der Warenhäuser im hohen Maße befördern kann. Die Möglichkeit, mit großer Ersparnis an Zeit einzukaufen, spielt für die überwiegende Masse der Bevölkerung, die dem Erwerbe nachgeht, eine vielfach noch unterschätzte Rolle. Die große Mannigfaltigkeit der Ware, das hervorragende Geschick, sie zur Schau zu stellen, um dem Käufer die Entscheidung bei den Einkäufen zu erleichtern, ist ein weiterer beachtenswerter Gewinn an Zeit. Nun ist freilich eingewandt worden, daß die raffinierte Schaustellung von Waren der wirtschaftlichen Vorsicht entgegenarbeitet, zu unnötigen, leichtfertigen, mit den wirtschaftlichen Verhältnissen der Käufer nicht in Einklang zu bringenden Einkäufen reizt. Es soll dies nicht als falsch abgewiesen werden, aber ein Hemmschuh gegen allzu unwirtschaftliche Ausgabe liegt in dem streng eingehaltenen Prinzip der Barzahlung. Unzweifelhaft ist die Gefahr unwirtschaftlichen Handelns der Käufer dort größer, wo die Möglichkeit der Entnahme von Waren auf Kredit gegeben wird, und dies ist bei vielen Ladengeschäften der Fall, die sich ihre Kundschaft vielfach durch das Lockmittel sichern, daß sie leicht und oft leichtsinnig Kredit gewähren, ja zur Entnahme von Waren auf Kredit verleiten. Dies gilt nicht nur für die Abzahlungsgeschäfte, sondern für die überwiegende Anzahl von Detailgeschäften aller Art, vom Möbelgeschäft ebenso wie vom Kolonialwarengeschäft und vom Modemagazin. Diejenigen, die nach „moralischen“ Gründen zur Bekämpfung der Warenhäuser suchen, haben großes Gewicht auf die unzweifelhafte Tatsache gelegt, daß Warendiebstähle in den Warenhäusern eine sehr häufige Erscheinung sind, so daß bestimmte Maßnahmen und ein ständiges Personal zur Ueberwachung der Käufer ein Glied der Warenhausorganisation wurde. Aber eine verhältnismäßig nicht seltenere Erscheinung ist der Ladendiebstahl, der den Gerichten alltäglich Stoff zur Arbeit gibt. Wollte man eine Einrichtung deswegen bekämpfen, weil sie den Diebstahl nicht ausschließt, dann gibt es überhaupt nur ein radikales Mittel: das Eigentum abzuschaffen, jedenfalls würde dann ebensoviel für das Verbot der Fleischer- und Bäckerläden, der Seidengeschäfte und der Kolonialwarenhandlungen sprechen wie für das Verbot der Warenhäuser.

Die Beschränkung des Käuferkreises auf einen engen, fest umschriebenen Personenkreis charakterisiert die meisten Detailgeschäfte, während das moderne Warenhaus, von ganz geringen Ausnahmen abgesehen, von der gesamten Be-

völkerung in Nahrung gesetzt wird. Hieraus ergibt sich ein ganz bedeutungsvoller Vorteil. Das Ladengeschäft muß bei jeder Warengattung mit einem Reste unverkäuflicher Waren rechnen, wenn sein verhältnismäßig kleiner Kundenkreis den Geschmack an ihnen verloren hat. Beim Warenhause dagegen ergibt sich dann noch immer, wie wir dies bei der Besprechung der Einwirkung der Mode gezeigt haben, die Möglichkeit, andren Schichten der eignen Kundschaft die Waren zu verkaufen, die für die Kreise mit raffinierterem Geschmack und gefüllterer Geldtasche, die stets nach dem neuesten, aparten, anderen unzugänglichen jagt, die Absatzfähigkeit verloren haben. Das Ladengeschäft muß somit seine Waren nach einer bestimmten Zeit oft tief unter dem eignen Einkaufspreise „verramschen", das Warenhaus dagegen kann sie innerhalb des eignen Betriebes noch immer günstig verwerten. Erleichtert wird ihm dies oft durch den Umstand, daß das Warenhaus neben seinem Hauptbetriebe in der Großstadt Nebenstellen in kleineren Städten besitzt, sodaß die an einem Orte unverkäuflichen Waren noch immer in kleineren Städten willige Käufer finden.

Das Ladengeschäft ist in der Regel ziemlich stark an seine ursprüngliche Organisation gebunden. Der Raum des Geschäftes, seine Einrichtung, die Kreditbeziehungen, der feste Käuferkreis sind Umstände, die einen gewissen Beharrungszustand im Detailgeschäfte notwendig machen, die es in hohem Maße erschweren, sich geänderten Verhältnissen und Bedürfnissen anzubequemen. Ganz anders liegen die Verhältnisse beim Warenhaus, wo eine außerordentlich starke Gelenkigkeit und Beweglichkeit vorhanden ist, wo die Aufgabe eines Artikels und die Einführung eines andern zu den täglichen, durchaus nicht aufregenden Erscheinungen im Betriebe gehört. Die Anpassungsfähigkeit an die wechselnden Bedürfnisse des Publikums ist ein hervorragendes Moment zur Charakterisierung der Warenhäuser und sicherlich einer der Gründe ihrer großen Beliebtheit beim kaufenden Publikum.

Diese Beliebtheit ist aber auch durch ein andres Moment, das vielfach unrichtig bewertet wird, bedingt, es ist die eigenartige Kalkulation des Warenhauses, die von der altväterlichen Methode im Detailgeschäfte erheblich abweicht. Der Kaufmann alter Schule kalkuliert jedes einzelne Stück und hält es für unsolide, von dem so festgesetzten Preise abzuweichen, während der weniger solide Kaufmann den Preis jedes Stückes zum „Abhandeln" einrichtet. Das Warenhaus dagegen hat unzweifelhaft vollständig andre Methoden der Warenkalkulation, es will einen allgemeinen Gewinn erzielen, es legt aber gar nicht ausschlaggebende Bedeutung dem Umstande zu, daß bei jeder einzelnen Warengattung ein gleicher Prozentsatz für Geschäftsunkosten und Gewinn gerechnet wird. So ergibt sich die Erscheinung, daß manche Waren überaus billig verkauft werden und damit eine gewisse Anlockung des Publikums schaffen, eine Erscheinung, die übrigens nicht auf die Warenhäuser beschränkt ist, die bloß von den wettbewerbenden Firmen nur selten mit dem gleichen Geschick gehandhabt wird. Uebrigens ist die Methode der Zugabeartikel im Detailhandel viel älter als das Warenhaus. Wir erinnern an die Gratis-Zigarrenspitze beim Tabakhändler, an die Abziehbilder und Federn beim Verkauf des Schulheftes, an die Bestechung der Kinder mit Zuckerwaren in den Kolonialgeschäften, an die Geschenke von Löffeln und ähnlichen Dingen bei Verkauf von Kaffee, an die Neujahrsgeschenke an Köchinnen usw. Was beim Warenhaus seinem ganzen Charakter nach einen größeren Zuschnitt hat, das ist alles der Größe entsprechend auch dem kleinen Ladengeschäfte vorzuwerfen. Aber auch die eigenartige Kalkulation ist heute nichts mehr den Warenhäusern eigentümliches, sie findet sich heute, zum Teil unter dem Zwange der die Detailpreise vorschreibenden Syndikate usw., auch im sonstigen Detailhandel. Kein Kaufmann ist in der Lage, heute ebensoviel Prozente für Geschäftsunkosten und Gewinn auf den Einkaufspreis bei Zucker und Kaffee zu schlagen, wie bei andern Waren im Kolonial-

geschäft. Der Händler muß sich beim Verkauf von Kohlen mit bescheidenerem Gewinne begnügen als beim Absatz von Brennholz. Diese Beispiele ließen sich reichlich vermehren, die angeführten genügen zum Beweise, daß die moderne Kalkulation im Warenhause sich im ganzen Detailhandel Bahn bricht. Der absolut feste Preis im Warenhaus ist auch für viele Kunden, die das Handeln fürchten, ein Anziehungsmittel.

Die größere Ausnützung des Raumes im Warenhause gegenüber dem konkurrierenden Ladengeschäfte haben wir schon hervorgehoben. Das Ladengeschäft hat nicht bloß die zum täglichen Verkauf erforderlichen Waren in den teuren Ladenräumlichkeiten aufbewahrt, es hat den größten Teil seiner zum Verkauf bestimmten Waren in diesen Räumlichkeiten, während das Warenhaus an der Peripherie der Stadt in bedeutend billigeren Räumen seine Vorräte aufgestapelt hat. Der Bezug der Waren erfolgt beim Warenhause auf dem billigsten Wege, weil es in so großen Mengen bezieht, daß es die vorteilhaftesten Frachtsätze für Waggonladungen auszunützen vermag. Seine ganzen Einrichtungen ermöglichen es ihm, den Spediteur auszuschalten, was der kleine Ladeninhaber, der über eigne Fuhrwerke nicht verfügt, nicht vermag. Auch hier sehen wir die Erscheinung verbilligten Warenbezuges, die mit dem Charakter des Großbetriebes auf das Innigste verknüpft sind.

Die Gegner der Warenhäuser haben ihnen auch den Vorwurf gemacht, daß sie einen starken Druck auf den industriellen Unternehmer ausüben und diesen zu starken Preisnachlässen zwingen. Das ist aber eine mit der kapitalistischen Wirtschaftsordnung auf das allerengste verknüpfte Erscheinung, die auch in dem Submissionswesen unsrer öffentlichen Körperschaften deutlich zum Ausdruck kommt, das Prinzip, daß man so billig wie möglich kaufen will und daß man seine wirtschaftliche Macht in dieser Hinsicht ausnützt. Der ganze Handel in jeder seiner Formen beruht auf dem Streben, möglichst billig einzukaufen und möglichst teuer zu verkaufen. Es ist nicht wohl zu begreifen, wenn aus dem Kreise der staatserhaltenden Mittelstandspolitiker die Anwendung dieses Grundsatzes durch die Warenhäuser bemängelt wird. Der möglichst billigen Preisstellung, die die Warenhäuser kraft ihrer wirtschaftlichen Macht erzwingen, stehen erhebliche Vorteile bei dem Lieferanten für die Warenhäuser entgegen: Bestellung großer Mengen, einheitliche Marken, Sicherheit der Abnahme, Barzahlung, also Verminderung des Risikos und Erleichterung der Produktion. Es soll aber durchaus nicht bestritten werden, daß so mächtige kapitalkräftige Gebilde, wie es die Warenhäuser sind, leicht zu Uebergriffen veranlaßt werden können, leicht den Vorwurf der Ausbeutung, der Ausnutzung ihrer wirtschaftlichen Uebermacht verdienen können. Aber diese Erscheinungen ausbeuterischer Wirksamkeit kapitalistischer Mächte sind durchaus keine Eigenart der Warenhäuser, sondern auf das innigste verknüpft mit dem ganzen Charakter der Wirtschaftsordnung. Gerade diejenige politische Richtung, welche sich der Mittelstandspolitik annimmt, hat für den Schutz der wirtschaftlich Schwächsten gegen die Ausbeutung der Arbeiter in Industrie, Handel und Landwirtschaft niemals die erforderliche Entschiedenheit an den Tag gelegt. Wir können deswegen den Eifer, mit dem Ausbeutungserscheinungen der Warenhäuser bekämpft werden, nicht als eine ehrliche Gegnerschaft gegen die Ausbeutung anerkennen. Ueber die Vergiftung des Geschäftslebens durch die Warenhäuser wird von den Mittelstandspolitikern häufig geklagt. Es ist dagegen aber einzuwenden, daß der ganze Betrieb der Warenhäuser eine Steigerung der Solidität im Geschäftsleben herbeigeführt hat durch eine Verminderung des geschäftlichen Risikos im Verkehr zwischen Unternehmern und einkaufenden Warenhäusern durch die strenge Einhaltung des Prinzips der Barzahlung.

Eigene Organisationen zur Bekämpfung der Warenhäuser sind gebildet worden, man versprach sich viel von dem Gesetz wider den unlauteren Wett-

bewerb zur Bekämpfung der Warenhäuser. Meist ging man von der Meinung aus, daß die Warenpreise dieser Großbetriebe im Detailhandel nur durch unreelle Mittel erzeugt werden könnten. Aber eine ganze Reihe von Gerichtsverhandlungen hat festgestellt, daß diese Vorwürfe meist unberechtigt waren. Man suchte dann die Warenhäuser in der öffentlichen Meinung herabzuwürdigen, indem man sie als Ramschbazare bezeichnete, den Glauben zu erwecken suchte, daß die billigen Preise nur durch den Aufkauf zurückgestellter Lager, Konkursmassen, aus der Mode gekommener Waren usw. erklärlich sind. Aber mit der großen Entwicklung der Warenhäuser kam das Publikum von selbst zu der Ueberzeugung, daß die gewaltigen, von den Warenhäusern umgesetzten Warenmengen auf zufällige Bezüge nicht zurückzuführen sind. Wir glauben, in den vorstehenden Ausführungen nachgewiesen zu haben, daß der reine Charakter des Großbetriebes und die ganze Organisationsart des Warenhauses die gesteigerte Konkurrenzfähigkeit gegenüber den kleinen Ladengeschäften sehr einfach erklärt.

Die Gegner der Warenhäuser trösteten sich mit der Meinung, daß die Existenz des Warenhauses nur in der Großstadt denkbar sei. Die rasche Entwicklung der Warenhäuser selbst in Städten mit 50 000 und weniger Einwohnern hat bewiesen, daß das Warenhaus nicht nur auf die eigentlichen Großstädte als Standort angewiesen ist. Für die mittleren Städte kommt die Umgebung in Betracht, deren Bewohner stets in den Städten ihren Bedarf gedeckt haben und dort, wo Warenhäuser entstehen, eben in diesen ihre Einkäufe zu machen sich gewöhnen.

Für die Existenzberechtigung des Warenhauses spricht in auffallender Weise vielleicht die merkwürdige Erscheinung, daß sich die großen Spezialgeschäfte, die sich auch als Großbetriebe im Detailhandel charakterisieren, immer mehr zu Warenhäusern ausbilden und dort, wo sie Spezialhäuser bleiben, durch eine immer größere Mannigfaltigkeit von Warengattungen für den Spezialzweck sich dem Charakter des Warenhauses in starker Weise nähern. Für die wirtschaftliche Berechtigung des Warenhauses spricht auch der Umstand, daß von den Bekämpfern der Warenhäuser mehrfach der Gedanke ventiliert wurde, daß sich die Ladeninhaber zu Warenhäusern zusammenschließen sollten. Warum dieser Gedanke wenig Aussicht hat, werden wir an andrer Stelle dieser Schrift erörtern.

Die Warenhausgegner gehen, wenn auch nicht offen, bei der Bekämpfung der Warenhäuser lediglich von der Betrachtung aus, wie weit diese die Existenz des kleinen Kaufmanns erschweren. In einer volkswirtschaftlichen Betrachtung kann dieser Gesichtspunkt nicht der ausschlaggebende sein, sondern man muß fragen nach den Zwecken des Detailhandels und nach den Betriebssystemen, welche diese Zwecke besser erfüllen, und da kommen wir zu der Erkenntnis, daß die Warenvermittlung zwischen Produzenten und Konsumenten besser, schneller, billiger und rationeller von dem Warenhause als von dem Ladenkleinhandel erfüllt wird. Volkswirtschaftlich hat man für den Ladenkleinhandel nur den Gesichtspunkt angeführt, daß die Verteilung zahlreicher Ladengeschäfte über eine Stadt den Konsumenten erhebliche Vorteile, vor allem Ersparnisse an Zeit, ermöglicht. Aber dieser Einwand ist nur zum Teil richtig, denn es ist eine bekannte Erscheinung, daß sich in fast allen Städten der Detailhandel auf einen verhältnismäßig engen Bezirk konzentriert. Auch bevor Warenhäuser bestanden, gingen die Einwohner von Charlottenburg, Schöneberg und Rixdorf, vom Wedding, dem Gesundbrunnen und der Hasenheide in die Berliner Friedrichstraße, Leipziger- und Königsstraße, um ihre Einkäufe zu machen. Ja, man könnte sogar behaupten, daß durch die Warenhäuser den Bedürfnissen nach Dezentralisierung des Detailhandels in höherem Maße Rechnung getragen wird, als von den zehntausenden Ladengeschäften, denn es entstehen in allen Teilen der

Großstädte Warenhäuser, nicht bloß in Berlin, auch in andern deutschen Städten haben einzelne Warenhäuser zwei und mehr Verkaufsstellen in verschiedenen Teilen der Stadt. Dann darf aber auch nicht übersehen werden, daß ein Einkauf in einem Warenhause oft ebenso sehr zur Bedürfnisbefriedigung ausreicht, wie die Einkäufe in einem Dutzend Ladengeschäften. Hierzu kommt noch der Vorteil, daß das Warenhaus auch kleinere Warenmengen den Kunden in das Haus zustellt, weil es eigenes Fuhrwerk besitzt, weil die große Zahl der Käufer es wahrscheinlich macht, daß mit der Zustellung der Ware für den einen Käufer die Zustellung von Waren an eine Reihe von Käufern in der gleichen Straße oder in der gleichen Stadtgegend zusammenfallen dürfte. Auch hier zeigt sich der erhebliche Vorteil des Großbetriebes im Detailhandel.

Endlich sei auf die erhebliche Bedeutung der Arbeitsteilung in dem Warenhause hingewiesen. Sie führt dazu, daß die dem Warenhause obliegende Aufgabe in eine Reihe von Gruppen zerfällt, von denen jede einzelne ihre besonderen Hilfskräfte zur Verfügung hat, so daß eine reiche Gliederung in alle überhaupt in Betracht kommenden Tätigkeitsarten zum Ausdruck gelangt. Erscheint die Berufsgliederung, die sich in der Mannigfaltigkeit der Ladengeschäfte ausdrückt, durch die Beschränkung des Warengeschäftes auf eine Warenart, durch die genaue Kenntnis der besten Bezugsquellen, Aufbewahrungsarten und Aufmachungen, der Bezugswege und Bezugszeiten als ein Vorteil des Ladengeschäftes, so hat sich das Warenhaus durch seine kaufmännisch geschulten Abteilungsleiter all' dieser Vorteile bemächtigt. Zu dem gesunden, volkswirtschaftlichen Prinzipe der Arbeitsteilung ist das in der Großindustrie längst bewährte Prinzip der Arbeitsvereinigung hinzugekommen. Aber noch einen weiteren Vorteil, den das zersplitterte Ladengeschäft nicht bieten kann, schafft das konzentrierte Warengeschäft des Warenhauses seinem Publikum. Jedes Ladengeschäft hat seine besondere Art der Behandlung der Waren, der Bedienung des Publikums, der Zahlungsbedingungen, der Warenzustellungen. Im Warenhaus ist all' dies einheitlich geregelt und dem Publikum wohl bekannt.

Je großartiger die Warenhäuser sich entwickeln, desto mehr gewinnt man den Eindruck, daß sie sich aller Vorteile des Spezialgeschäftes zu bemächtigen verstehen, daß auch sie große Auswahl, sachkundige Bedienung gewähren und dabei billigere Preise stellen können als das Spezialgeschäft.

Eine Untersuchung der Verhältnisse der Angestellten in den Warenhäusern wäre eine wichtige sozialpolitische Aufgabe. Besondere Klagen sind vornehmlich wegen der Anwendung der Konkurrenzklausel bekannt geworden. Sonst scheinen die Verhältnisse der Arbeitskräfte in den Warenhäusern zum mindesten nicht ungünstiger zu liegen, wie in den Ladengeschäften. Die Lehrlingszüchterei fehlt, hinsichtlich der Sonntagsruhe scheinen befriedigendere Verhältnisse vorhanden zu sein als im Ladengeschäfte. Von einzelnen Warenhäusern werden die durch die Gewerbeordnung zugelassenen Ausnahmen hinsichtlich der Verkaufszeiten vor den großen Feiertagen nicht ausgenützt. Die tägliche Arbeitszeit ist wenigstens in einer Reihe von Warenhäusern kürzer als im Durchschnitt der Ladengeschäfte. Auch Urlaub scheint häufiger gewährt zu werden. Innerhalb der Arbeitszeit dürfte wohl eine stärkere Ausnützung des Personals stattfinden, dem steht aber der Vorteil gegenüber, daß jede einzelne Arbeitskraft nur in einem eng n Rahmen tätig ist, deshalb leicht übersehbare Aufgaben und geringere Vera - wortlichkeit hat wie in den meisten Ladengeschäften, wo häufig die körperli e Anstrengung erheblicher sein dürfte.



Das Warenhaus hat, wie wir nun gesehen haben, als höhere kapitalistis e Betriebsform vor der zurückgebliebenen Form der Warenvermittlung, wie e im Ladengeschäfte zum Ausdruck kommen, eine ganze Reihe erheblicher V - teile, und alle diese Erscheinungen sprechen dafür, daß in dem Kampfe zwisc n Warenhaus und Ladengeschäft dem Großbetriebe der Sieg gesichert ist. He e

sehen wir ähnlich wie im Gewerbe die verschiedenen Stufen des Handelsbetriebes neben einander. War in früheren Kulturperioden die Gliederung des Handels eine einfachere, so hat sich in den letzten Jahrzehnten eine früher nicht geahnte Mannigfaltigkeit ergeben. Die moderne Entwicklung im Handel begann mit der Anwendung des Prinzips der Arbeitsteilung, mit einer gesteigerten Berufsgliederung. An Stelle eines Geschäftes, das verschiedene Waren führte, traten eine Reihe von Geschäften, von denen jedes einzelne sich bloß einer Warengattung widmet. Nun kommen wir zu direkt entgegengesetzten Tendenzen, zu gewaltigen Zusammenfassungen, wie wir sie, wenn auch in bedeutend geringerem Maße, auch in manchen Riesenfabriken beobachten können und wie sie am großartigsten zum Ausdruck gekommen sind in den gigantischen Betrieben des nordamerikanischen Stahltrusts und auch bei der Firma Krupp in Essen.

Erscheinen uns die Warenhäuser als eine natürliche Erscheinung in der wirtschaftlichen Entwicklung der kapitalistischen Aera, als eine rationelle Anwendung der überall siegreichen Tendenz zum Großbetriebe, so sind wir uns auch vollständig klar, daß sie kapitalistische Gebilde sind mit all' den Eigenschaften, die mit dem Kapitalismus auf das engste verknüpft sind. Aber wir sehen auch in ihnen die Konzentrationserscheinungen, welche notwendig sind, als eine Voraussetzung für den Uebergang der kapitalistischen Ordnung in eine sozialistische.

III. Zersetzung der Kleinhändlerkreise.

Der Kleinhandel ist denselben Zersetzungstendenzen ausgesetzt, wie das kleine Gewerbe, das trotz aller Maßnahmen der Gesetzgebung einen von Jahr zu Jahr aussichtsloser werdenden Kampf gegen den Wettbewerb der großen Industrie führt. In der Industrie sehen wir seit langem die Richtlinien der Entwicklung vorgezeichnet: eine immer stärkere Konzentration der Produktionsmittel in weniger Händen, eine Zusammenfassung der Besitzer der Produktionsmittel in Kartellen, Syndikaten, Trusts und dem gegenüber eine stets wachsende Zahl von Proletariern, die getrennt sind von den Produktionsmitteln und nichts besitzen als ihre Arbeitskraft. Immer schwächer und brüchiger wird das Verbindungsglied zwischen diesen sich schroff entgegenstehenden Klassen, der Mittelstand selbständiger Handwerker. Viel später kamen wir zu der Erkenntnis dieser Entwicklung im Handel, die aber mit Siebenmeilenstiefeln nachholen will, was ihr die Entwicklung der Industrie vorangeeilt ist. Ueberall sehen wir das Bestreben, bei der Verbindung zwischen Produzenten und Konsumenten Zwischenstufen, das sind hier Formen des Handels, zu überspringen. Fabrikbetriebe sind bestrebt, sich direkt mit der Kundschaft in Verbindung zu setzen, Großhändler suchen auch im Detailhandel festen Fuß zu fassen, die Konsumenten suchen durch ihre Vereinigung in Konsumvereinen den Detailhandel für viele Produkte überflüssig zu machen, die Warenhäuser und Versandgeschäfte bemächtigen sich immer größerer Gebiete des Detailhandels, Spezialgeschäfte haben viele Filialen errichtet, durch Reisende, Agenten werden Kundenbestellungen aufgenommen, die moderne Reklame in Zeitungen, Katalogen, Prospekten wird als Mittel benützt, um überall Kunden zu schaffen. So sehen wir das bisherige Ladengeschäft von allen Seiten auf das Stärkste durch neue Wettbewerberscheinungen bedrängt. Die in ihrer überwiegenden Mehrzahl kapitalschwachen Ladenbesitzer sehen in eine trübe Zukunft, den mannigfachen, durchaus modernen Konkurrenzen vermögen sie nicht genügenden Widerstand entgegenzusetzen. Neben all' diesen modernen Erscheinungen des Wettbewerbes hat das Ladengeschäft mit einem noch viel gefährlicheren Feinde zu kämpfen: mit dem Wettbewerb in den

eignen Reihen. Während im Jahre 1843 in Preußen auf 10 000 Einwohner 43 selbständige Kaufleute kamen, zählte man im Jahre 1895 fast 6mal so viel, nämlich 240 auf je 10 000 Einwohner. Man muß vollständig zustimmen, wenn ein Spezialist der Handelspolitik, Mataja, einen Hauptgrund oder vielleicht den Hauptgrund für die erschwerte Lage des Kleinhandels in der vielfach bemerkten volkswirtschaftlich genommen unökonomischen Ueberfüllung des Standes sieht, die zusammenhängt mit der Anziehung, welche er ausübt durch die Abwesenheit schwerer körperlicher Arbeit, durch die Möglichkeit der Verwertung eines kleinen Kapitals und einer gewissen Schulbildung und Geschäftsgewandtheit, durch die Zugänglichkeit auch ohne längere, streng berufsmäßige Ausbildung und die in der Gegenwart erleichterte Gelegenheit, Kredit zu finden. Alle diese Umstände, auf die ähnlich Lexis hinweist, machen die Lage der kleinen Kaufmannschaft vielfach zu einer recht schwierigen, was sich auch aus dem an zahlreichen Orten beachteten raschen Wechsel in der Person der Handelstreibenden äußert. Bevor ein Handelsgeschäft eingerichtet wird, wird auf den durchschnittlich hohen Gewinn des Kleinhandels spekuliert. Lexis meint, daß für den Vermittlungsdienst zwischen dem Herstellungsort der Waren und dem Wohnort des Konsumenten ein viel zu großer Aufwand gemacht wird, der volkswirtschaftlich als übergroßer Luxus zu bezeichnen ist. Er schätzt für Berlin einen Nutzen von 33⅓ Prozent als Grundlage der Kalkulation der Detailhändler. Seitdem Lexis vor einem halben Menschenalter dies geschrieben hat, haben sich die Verhältnisse erheblich geändert, wie die Untersuchungen über die Lage des Kleinhandels in Deutschland beweisen, die von der Handelskammer zu Hannover herausgegeben wurden. Hier ergibt sich eine immer stärkere Senkung des Profits, der durch die ungesunde Kreditgewährung noch weiter heruntergedrückt wird. Alle Mittel, wie Zugabe von Artikeln, Ausbeutung des Personals, Lehrlingszüchterei können den niederdrückenden Tendenzen nicht entgegenwirken. Die teuren Mieten und die sich steigernden Geschäftsunkosten erschweren die Lage des Detailhandels außerordentlich. In der erwähnten Untersuchung sind auch eine Reihe bemerkenswerter Angaben über die außerordentlich rasche, die Bevölkerungszunahme gewaltig überflügelnde Steigerung der Zahl der Detailgeschäfte mitgeteilt. Alle Mahnungen, in der Gründung der Geschäfte vorsichtig zu sein, sind fruchtlos geblieben. Während alles dafür spricht, daß es sowohl im Interesse der Volkswirtschaft als der Detailhändler liegen würde, wenn ein Teil der in diesem Erwerbe zurückgehaltenen Kräfte und Kapitalien anderweitig eine nützlichere und volkswirtschaftlich fruchtbare Verwendung fände, steigt die Zahl der Detailhändler und damit die Aussichtslosigkeit ihrer Existenz von Jahr zu Jahr.

Eine gründlicher Untersuchung werte Erscheinung wäre die Beleuchtung des Detailhandels als Nebenerwerb. Eine ganze Reihe von Personen in andern Berufen bezw. deren Frauen, so aus dem Kreise der Beamten, insbesondere der Privatbeamten, der Werkführer, Arbeiter, auch Handwerksmeister betreiben den Detailhandel als Nebenerwerb. Eine künstliche Züchtung des Detailhandels wird auch von vielen Großhändlern gepflegt. Alle möglichen Versprechungen, vor allem hinsichtlich langfristiger Kredite, reizen zur Errichtung von Detailhandelsgeschäften. Vielfach finden sich ähnliche Erscheinungen wie im Wirtsgewerbe, wo die Selbständigkeit zahlreicher Ausüber der Gastwirtschaft bloß eine scheinbare, die Abhängigkeit von den Brauereien eine vollkommene ist.

Während man von allen Seiten die Klagen der Detailhändler als eine Frage der Allgemeinheit erörtert und nach Heilmitteln sucht, finden sich in der Literatur sehr wenige objektive Anschauungen über die krankhafte Zunahme des Detailhandels, und doch spricht viel für die Anschauung eines bürgerlichen Nationalökonomen, der sagt, daß die Ueberzahl kleiner Verkaufsgeschäfte ohne kaufmännische Befähigung und Vorbildung sicherlich ein viel höherer gesell-

schaftlicher Schaden ist, unter dem Produzenten, Großhandel und Konsumenten leiden wie das Warenhaus. Die Verluste durch Konkurse oder sonstige Zahlungsunfähigkeit der Kleinhändler betragen sicherlich in jedem Jahre Millionen und sind eine ständige Gefahr für den ruhigen Gang der wirtschaftlichen Entwicklung, während die Warenhäuser bisher derartige Gefahren in auffallend geringem Maße gezeitigt haben. Abgesehen von andern Gründen ist der häufige Zusammenbruch der Detailgeschäfte durch das bevorzugteste Mittel zur Anlockung der Kundschaft, durch unüberlegte, ja oft leichtsinnige Kreditgewährung zu erklären. Dieser Schaden wird noch gesteigert durch die mangelhafte Buchführung. Die Geschäftsunkenntnis der Detailhändler zeigt sich aber auch in dem Wareneinkaufe, in der nicht genügenden Uebersicht über den zu gewärtigenden Absatz, über zu schwache und zu starke Lager für verschiedene Waren und in dem damit eng zusammenhängenden, viel zu langsamen Umschlag des Kapitals.

Die rein menschliche Erscheinung, daß man die Fehler für sein Mißgeschick lieber bei andern als bei sich sucht, tritt beim Detailhandel außerordentlich stark hervor. Er verschließt die Augen vor seiner eignen Unvollkommenheit und hofft, in einer Einengung der anderen Formen des Detailhandels Rettung aus seiner wirtschaftlichen Notlage zu finden. Es ist eine der merkwürdigsten Erscheinungen, daß die Anwälte des Ladenhandels nicht bloß den Kampfruf gegen Warenhäuser, Versandgeschäfte und Konsumvereine erschallen lassen, sondern auch mit gleicher Energie und noch größerem Erfolge die Zwergbetriebsform im Handel, die Hausiergeschäfte und den Straßenhandel bekämpfen. Ihre ganze Politik ist beherrscht von dem in nichts begründeten Gedanken, daß sie allein existenzberechtigt sind, daß alle andern Formen der Warenvermittlung an die Konsumenten gesellschaftliche Schäden sind, gegen die Staatsanwalt und Polizei einschreiten sollten.

Merkwürdig ist es, daß der im Kleinhandwerk so starke Wunsch nach einem Befähigungsnachweise im Ladenkleinhandel keinen Widerhall gefunden hat. Aber für den Kenner des Detailhandels ist dies wohl begreiflich, denn der Ladenkleinhandel rekrutiert sich in unverhältnismäßig geringerem Maße als Handwerkmeistertum, aus gelernten Kräften. Der Entschluß, selbständig zu werden, ist im Handwerke doch an mehr Ueberlegungen und Erwägungen gebunden, als die Verwirklichung der Idee, zum Ladeninhaber „aufzusteigen". Die Anzahl der gelernten Kaufleute in den Ladengeschäften war sicherlich in früheren Jahrzehnten bedeutend größer, als heute. Der gelernte Kaufmann ist in verhältnismäßig viel größerer Zahl in den Warenhäusern anzutreffen, als in den Detailladengeschäften, sodaß es wohl zu begreifen ist, daß die Frage des Befähigungsnachweises in den Kämpfen der Detailhändler gegen die Warenhäuser nicht aufgeworfen wird.

Als Mittel zur Stärkung der wirtschaftlich Schwachen wird vielfach die genossenschaftliche Vereinigung empfohlen. Viel ist von Einkaufsgenossenschaften der Kleinhändler gesprochen und geschrieben worden, aber die Verwirklichung dieser Idee ist noch in den Kinderschuhen. Konkurrenzrücksichten, Mißtrauen, Ueberschätzung der Geschäftsgeheimnisse und wohl in erster Linie Mangel an Kapital, dann Verschuldung bei dem bisherigen Lieferanten tragen die Schuld, daß die Einkaufsgenossenschaften zwar als Mittel stets empfohlen, aber in der Praxis selten angewandt wurden.

Eine andre Form der Genossenschaft, die empfohlen wurde, war die Zusammenfassung der Detailhändler zu Warenhäusern, um mit dem Mittel des modernen Großbetriebes den erfolgreichsten Konkurrenten entgegenzutreten. Mehrfache Ansätze zur Verwirklichung dieser Pläne sind in den Anfängen stecken geblieben. Es ist dies kaum im Interesse der Ladeninhaber zu bedauern, weil vieles dafür spricht, daß die großen Erwartungen sich nicht erfüllt hätten. Die Kapitalien und der Kredit, über die das Warenhaus verfügt, wären kaum den

genossenschaftlich vereinigten Ladenhändlern zur Verfügung gestanden. Vieles spricht dafür, daß gerade die kapitalkräftigen Detailhändler sich von derartigen Unternehmungen fern gehalten, daß sie ihre Selbständigkeit nicht gerne aufgegeben hätten und sicherlich zuletzt zu Gunsten ihrer kapitalschwachen Kollegen. Das Warenhaus erreicht seine Erfolge nicht zuletzt durch eine große Teilung der Arbeit unter viele unselbständige Gehilfen und Gehilfinnen; das genossenschaftliche Warenhaus müßte viele Dutzende bisher Selbständige erhalten und käme damit, ganz abgesehen von der Schwierigkeit einer einheitlichen Leitung, zu erheblich höheren Ausgaben an Gehältern als das Warenhaus. Eine ganze Reihe von Umständen sprechen dafür, daß somit das Warenhaus als Genossenschaft den Wettbewerb mit dem Einzelunternehmer oder der Aktiengesellschaft nicht bestehen könnte, die Tatsache aber, daß diese Vorschläge immer wiederkehren, beweist wohl deutlich genug, daß in dem Kreise der Ladeninhaber nicht nur die Ueberlegenheit, sondern auch die wirtschaftliche Berechtigung des Warenhauses anerkannt wird.

Wir haben rein aus wirtschaftlichen Erwägungen die Bedeutung des Warenhauses dargelegt und die Schwierigkeiten auseinandergesetzt, die infolge der wirtschaftlichen Entwicklung dem stark übersetzten Ladenhandel erwachsen. Es ist falsch, wenn es auch noch so häufig gesagt wird, daß die Sozialisten ein Interesse an dem Untergange des Detailhandels haben. So wie wir es in dieser Schrift tun, so haben es die Sozialdemokraten auch sonst getan bei Betrachtung dieser Verhältnisse, sie haben einfach wissenschaftlich festgestellt, welche Folgen der von ihnen doch in keiner Weise bestimmte Entwicklungsgang für die einzelnen Schichten der Gesellschaft hat und in Zukunft haben dürfte. Wir Sozialisten sind der Meinung, daß nichts gefährlicher ist, als die Augen vor den wirtschaftlichen Tatsachen zu schließen und damit sich selbst zu täuschen. Aber das ist ja gerade einer der Schäden, unter denen die untergehenden Gesellschaftsschichten leiden und er ist wohl erklärlich, denn von aufdringlichen Freunden werden sie in falsche Hoffnungen gewiegt und mit immer neuen Versprechungen auf einen für sie günstigen Umschlag der Verhältnisse getröstet.

Aber nicht bloß die Sozialisten sind sich klar über die Aussichtslosigkeit des Detailhandels. Ein so konservativer Minister wie der Chef der königlich sächsischen Regierung, Herr von Metzsch, erklärte:

„So ist der Kleinhandel das große Sammelbecken geworden für zahlreiche Personen, die daran verzweifeln, auf andrem Wege ihr Auskommen zu finden. So lange der Kleinhandel den breiten Strom aller dieser Existenzen in sich aufgenommen hat, wird seine Lage trotz Ausnahmebesteuerung der Großgeschäfte eine schwierige bleiben. . . . Der Wettbewerb eines überfüllten Kleinhandels geht zumeist mehr dahin, den Handelsgewinn zu zersplittern, als ihn zu ermäßigen, und dahin, ihn durch Warenverschlechterungen zu verschleiern."

IV. Die Mittelstandspolitik.

Die Zersetzungserscheinungen innerhalb der kapitalistischen Wirtschaftsordnung haben die Schichtung innerhalb der Gesellschaft von Grund auf verschoben. Um die Mitte des vorigen Jahrhunderts war auf dem europäischen Kontinent vor allem in Deutschland das Kleinbürgertum die Grundlage der bestehenden Zustände. Das hat sich nun gründlich geändert. Heute ist der Großkapitalismus für die staatliche Wirksamkeit und für die gesellschaftliche Ordnung maßgebend. Er muß um seine Stellung mit dem an Zahl, Einsicht und Macht ständig wachsenden Proletariat kämpfen und sich auf den Entscheidungskampf vorbereiten. Besonders deutlich tritt diese neue Klassenbildung

in Erscheinung in den großen Städten und in den übrigen Sitzen der modernen Industrie, in denen gleichzeitig Handel und Verkehr großkapitalistische Formen angenommen haben. So hat sich dort zu gewaltigen Massen das Proletariat zusammengeballt, und bei den auf Grund des allgemeinen, gleichen und direkten Wahlrechts vorgenommenen Wahlen kam die politische Macht dieses Proletariats zum Ausdruck in der Eroberung der Parlamentssitze durch die Sozialdemokratie. Die bürgerlichen Parteien, vor allem das Zentrum und die Konservativen, sahen sich immer mehr aus den städtischen Wahlbezirken hinausgedrängt, es erschien ihnen fast aussichtslos, diese der Sozialdemokratie ohne Aenderung des Wahlrechts zu entreißen. Hieraus ergab sich das Bestreben, die an den Forderungen des Proletariats nicht direkt interessierten Kreise zu gewinnen; so entstand das an sich nicht sofort verständliche Interesse der Agrarier aller Richtungen, sich des untergehenden Mittelstandes anzunehmen, „Mittelstandspolitik" zu treiben. Zuerst wandten sie ihr Interesse den selbstständigen Handwerkern zu, sie befürworteten mannigfache Einschränkungen der Gewerbefreiheit, schufen die Innungen von neuem, erklärten sich warm für den Befähigungsnachweis und setzten eine Reihe weitgehender Aenderungen der Gewerbeordnung im angeblichen Interesse des Handwerks durch. Damit schufen sie Grundlagen für eine neue politische Organisation ihrer Partei in den Industriestädten, wo ihnen sonst außer Beamten, Geistlichen, früheren Offizieren, die Renten ihrer Güter verzehrenden Landwirten keine Anhänger sicher waren. Sobald sich die Vertreter des Kleinhandels gegen den immer stärker zum Ausdruck kommenden Niedergang wehrten, begannen diese Parteien, auch mit diesen Kreisen Fühlung zu gewinnen. Eine Reihe von gesetzlichen Einschränkungen gegen die Konsumvereine waren die erste Tat der neuen Vormünder dieser untergehenden Schicht. Später traten sie für die Beschränkung des Hausierhandels, der Warenbestellungen durch Geschäftsreisende, endlich für die Erdrosselung der Warenhäuser ein. Mit großem Eifer wurde in dieser Richtung im Reichstage und noch viel mehr in den Landtagen der Einzelstaaten gewirkt. Die Stellung der verschiedenen Parteien in den Fragen der Mittelstandspolitik bedarf einer besonderen Betrachtung.

V. Die politischen Parteien und die Mittelstandspolitik.

In drei Hauptgruppen kann man die politischen Parteien scheiden, wenn man ihre Stellung zur Mittelstandspolitik in Betracht ziehen will.

Streng ablehnend gegen künstliche gesetzliche Maßnahmen zur Erhaltung des Mittelstandes haben sich die Sozialdemokraten verhalten. Nicht etwa deshalb, weil es ihnen an Sympathieen für diesen Teil der Bevölkerung fehlte, oder weil sie frei wären von Mitleid für die Opfer des vom Kapitalismus niederkonkurrierten Mittelstandes. Wäre dies der Fall, würden nicht zahlreiche kleine Handwerker und kleine Händler der sozialdemokratischen Partei, zum Teil sogar in führender Stellung, angehören. Aber die Sozialdemokratie hat es stets abgelehnt, mit unausführbaren Versprechungen und mit täuschenden Ratschlägen ihre Agitation zu betreiben. Die Sozialdemokratie sah dank der wissenschaftlichen Arbeit von Karl Marx und Friedrich Engels deutlich die Ursachen des Niederganges des Kleinbetriebes im Gewerbe und Handel. Sie wußte, daß es sich hier um ein historisches Gesetz innerhalb der kapitalistischen Wirtschaftsordnung handelt, das durch die Gesetze des Staates nicht aufgehoben und in seiner Wirkung nicht gehemmt werden kann. Die Sozialdemokratie hat mit dieser Auffassung durchaus Recht behalten, als sie den zahlreichen Handwerkerschutzgesetzgebern ihren Widerstand entgegensetzte. Wohl kamen diese Ge-

setze trotz der Opposition der Sozialdemokratie zu stande, sie haben aber nicht im mindesten die gewaltige Entwicklung des industriellen Großbetriebes und die Zermalmung der kleinen und mittleren Betriebe gehemmt. Heute denkt die überwiegende Zahl der Handwerker, die mit den größten Hoffnungen den Wirkungen dieser Gesetze entgegensah, überaus kühl über sie. Sie täuscht sich nicht darüber, daß der Entwicklungsgang des Kapitalismus durch die Handwerkergesetzgebung in keiner Weise aufgehalten wird. Und die gleichen Erfahrungen beginnen heute bei den Händlern zu dämmern, und sie werden, wenn einige Jahre verstrichen sein werden, zu derselben Erkenntnis gelangen wie der Mittelstand in der Industrie. Deswegen hat die Sozialdemokratie, wenn sie auch selbstverständlich eine erhöhte Heranziehung des Großbetriebes im Handel zu den Kosten des Haushaltes von Staat und Gemeinde entsprechend ihrem Programmsatze von der progressiven Einkommensteuer wünscht, allen gekünstelten Steuerprojekten, allen übrigen Versuchen zur Einschränkung des Großbetriebes im Detailhandel prinzipiellen Widerstand entgegenstellt.

Schroff entgegengesetzt war der Standpunkt der Parteien, die in den Städten ihre Anhängerschaft immer stärker zusammenschmelzen sahen. Dies waren das Zentrum, die Deutsch-Konservativen, die Reichspartei (Freikonservative), der Bund der Landwirte und die Antisemiten verschiedener Richtung, endlich die Christlich-Sozialen. Von einer Angst waren diese Parteien nur immer beseelt, nämlich von der, daß die Schicht des Mittelstandes sich selbständig politisch organisieren würde, daß sie eine eigene Mittelstandspartei gründen werde. Für diesen Fall wurde ihnen die Unterstützung aufgesagt, so daß hieraus schon klar zu ersehen ist, daß es sich bei diesen Parteien um eine Gewinnung von Stimmen und nicht um eine Verfechtung von Grundsätzen handelt. Sie erklären zwar alle, daß sie den Mittelstand erhalten wollen, daß sie jede Ausschaltung von Gliedern des Mittelstandes aus dem wirtschaftlichen Organismus als eine Schädigung ihrer konservativen Prinzipien, als bedauerliche Erscheinungen des sozialen Entwicklungsganges ansehen. Aber das Merkwürdigste ist, daß diese Prinzipien nur für die städtischen Händler betont werden, daß sie auf dem Lande, dort, wo ihre eigenen agrarischen Interessen in Frage kommen, ihren ganzen gesellschaftlichen und politischen Einfluß aufwenden, um das Händlertum auszuschalten, um den Verkehr zwischen Produzenten agrarischer Produkte und Konsumenten derselben möglichst direkt zu gestalten. Zentrum und Konservative sind vollständig einig in ihren Ansprüchen an die staatlichen Organe, daß der Einkauf von Getreide, Fleisch, Pferden und anderem landwirtschaftlichen Heeresbedarf direkt bei den Produzenten geschieht. Und ebenso suchen sie den Bedarf der Landwirtschaft an Düngerstoffen, an landwirtschaftlichen Maschinen und Werkzeugen möglichst direkt zu decken. In dieser Richtung sind sowohl der Bund der Landwirte als vor allem die Raiffeisenvereine tätig, die dieselbe Ausschaltung des Zwischenhändlers für die Landwirtschaft erstreben, wie es die Konsumvereine für die städtischen Konsumenten bezwecken. Die großen Warenhäuser, wie das Warenhaus für Heer und Flotte, das Warenhaus für deutsche Beamte haben sicherlich 95 Prozent ihrer Kundschaft in den Kreisen derjenigen Parteien, welche Mittelstandspolitik treiben. Diese Parteien haben Genossenschaften, Getreidelagerhäuser, Versandgeschäfte errichtet, haben gefordert, daß der Staat und andre öffentliche Körperschaften gleichfalls Lagerhäuser schaffen oder wenigstens die genossenschaftlichen finanziell und in andrer Hinsicht fördere. Aus den Kreisen dieser Mittelstandspolitiker gingen die Gründer von Molkereigenossenschaften, Fleischeinkaufsgenossenschaften, Genossenschaften zur Herstellung von Wurstwaren usw. usw. hervor. Man ersieht hieraus, daß die Vormünder der Mittelstandspolitiker alle Erscheinungsformen zur Ausschaltung des Detailhandels dort fördern, schaffen und benützen, wo sich Vorteile für sie als Konsumenten oder Produzenten ergeben und daß sie bloß

dort diese Einrichtungen bekämpfen, wo sie ihnen nicht zum Vorteil gereichen und ihnen nicht zur Stärkung ihrer wirtschaftlichen und politischen Macht dienlich sind. Diese Mittelstandspolitik wäre wirkungslos, wenn sie sich lediglich der Unterstützung der Konservativen und Antisemiten zu erfreuen hätten. Sie wird erst dadurch von praktischer Bedeutung, daß die ausschlaggebende Partei, das Centrum, sie zu ihrer eigenen Sache macht.

Das sah man am besten in Bayern, wo zuerst die sowohl dem Wortlaute der Gewerbeordnung wie den vernünftigen Grundsätzen der Steuerpolitik widersprechende Besteuerung der Warenhäuser einsetzt. Ein konservativer Abgeordneter, Lutz, hatte wohl zuerst in der bayerischen Abgeordnetenkammer die Anregung gegeben, aber erst als die Centrumspartei sich dieser Anregung bemächtigt hatte, bekam die bayerische Steuerreform vom Jahre 1899 den Charakter der Mittelstandsretterei, da wurde erst der Widerstand des Ministeriums gegen die Einführung einer Umsatzsteuer als Maßregel gegen die kapitalistische Konzentration der industriellen und Handelsbetriebe gebrochen. Erst nachdem Bayern diese Steuerpläne aus dem Bereich der Projektenmacherei in die Wirklichkeit übersetzt hatte, ging man in andern Bundesstaaten in ähnlicher Weise vor. In Württemberg war es gleichfalls die Zentrumspartei, welche den Antrag auf eine steuerpolitische Bekämpfung der Warenhäuser einbrachte, und in Preußen war es einer der hervorragendsten Führer der Zentrumspartei, der Abgeordnete Roeren, der unermüdlich in dieser Richtung in Wort und Schrift als Parlamentarier und Agitator wirkte. Unzweifelhaft ist die Stärke der Zentrumspartei und ihre politische Organisation am eifrigsten in dem Kampfe gegen die Warenhäuser, in der Befürwortung aller steuerpolitischen Vorschläge und andrer Maßnahmen zur Einengung der modernen Betriebsformen im Detailhandel.

Als eine dritte Richtung, wenn das Wort überhaupt gestattet sein mag, sind die liberalen Parteien, von den Nationalliberalen bis zur deutschen Volkspartei, anzusehen. Wohl verschließen sie sich nicht der Erkenntnis der Sozialisten, daß gegen den Niedergang des kleinern Mittelbetriebes im Handel ebensowenig ein Kraut gewachsen ist wie in der Industrie, aber sie hüten sich wohl, von dieser Einsicht etwas merken zu lassen. Das einerseits-anderseits, das für sie in jeder politischen Hinsicht charakteristisch ist, kommt auch bei ihrer Stellungnahme zu den mittelstandspolitischen Strebungen zum Ausdruck. Auch sie sehen ihre Anhängerschaft in den Städten immer mehr zusammenschmelzen, auch sie suchen nach Mitteln, das früher liberale Bürgertum bei ihrer Fahne zu halten, sie fürchten die Konkurrenz der neuen Mittelstandsfreunde, die sich in ihren alten Sitzen einzunisten bemühen. Sie wagen keinen offenen Widerstand gegen die Vorschläge der Mittelstandspolitiker, sie kommen nur mit immer neuen schwachmütigen Erwägungen und hüten sich vor einem offenen Widerstande gegen die vorgeschlagenen Maßnahmen. Vor allen von den Nationalliberalen ist zu sagen, daß auch in diesen Fragen die Einheit ihrer Partei versagt. In verschiedenen Parlamenten haben Nationalliberale für die Anträge der Mittelstandspolitiker ebenso gestimmt, wie sie es früher an Widerstand gegen die Wünsche der falschen Handwerkerfreunde fehlen ließen. Im bayerischen Landtage, wo die erste Entscheidung über diese Fragen gefallen war, haben sie es den Sozialdemokraten allein überlassen, gegen diese Anträge zu stimmen, die Liberalen aller Schattierungen, die Anhänger der nationalliberalen Partei wie der freisinnigen Volkspartei, haben vor der Abstimmung den Saal verlassen und sich somit der pflichtgemäßen Stellungnahme enthalten.

VI. Die Kampfesmittel gegen die Warenhäuser.

In zwei Gruppen teilen sich die gegen die Warenhäuser erstrebten und schon angewandten Maßnahmen: in fiskalische und in polizeiliche.

Die polizeilichen Maßnahmen sollen den Warenhausbetrieb erschweren durch Einengung der räumlichen Ausnützung der Warenhäuser. Es werden da Bestimmungen getroffen, daß bestimmte Teile, so höhere Stockwerke, Souterrainräume, überhaupt nicht oder für den Verkehr des Publikums nicht in Benutzung genommen werden dürfen, es wird über die Raumverteilung der Gänge und über ähnliche Dinge Anordnung getroffen. Soweit diese Bestimmungen einen tatsächlichen Schutz des Publikums bei Feuersgefahren, Paniken usw. bezwecken, ist sicherlich gegen sie nichts einzuwenden. Aber der Eifer, mit dem die Organe der Mittelstandspolitiker derartige Maßnahmen fordern und erzwingen, die Tatsache, daß sie lediglich auf Warenhäuser und nicht auf ähnliche Betriebe mit großen Menschenansammlungen angewandt werden, spricht deutlich dafür, daß ihr Zweck eine Einengung und Erschwerung des Warenhausbetriebes ist. In dieser Hinsicht erscheinen sie als kleinliche Mittel, die wirtschaftliche Entwicklung zu stören und sie zu bekämpfen. Es ist bei allen diesen Maßnahmen genau zu untersuchen, ob die Behörden aus pflichtgemäßer Fürsorge für den Schutz von Leben und Gesundheit vorgehen oder ob sie sich, bewußt oder unbewußt, zu Helfershelfern bei Bekämpfung unbequemer Konkurrenten machen.

Von weit größerer Bedeutung sind die fiskalischen Mittel zur Erschwerung des Warenhausbetriebes. Es handelt sich bei ihnen nicht um eine Steigerung der staatlichen Einnahmequellen, sondern um Mittel, auf dem Umwege der Steuergesetzgebung die modernen Organisationsformen des Handels zu erdrosseln, eine künstliche Erhaltung des Mittelstandes herbeizuführen. So verlangte der Zentrumsabgeordnete Roeren im preußischen Abgeordnetenhause die Umsatzsteuer als ein Schutzmittel gegen die großen Warenhäuser, der Anhänger der großkapitalistischen und großagrarischen Reichspartei Herr Gamp forderte diese Steuern zur Stärkung des Mittelstandes, als Mittel zur Bekämpfung der Sozialdemokratie. Das Mitglied des Reichstags und der bayerischen Kammer der Abgeordneten, die sozialpolitische Leuchte der Zentrumspartei, Dr. Eugen Jäger, schreibt in seinem Buche: „Die bayerische Steuerreform von 1899“, die er als einen „Beitrag zur Mittelstandspolitik“ bezeichnete, daß die Warenhäuser durch hohe Steuern eingeengt werden müssen, denn „die beste soziale Organisation ruht doch immer auf einer möglichst großen Zahl selbständiger wirtschaftlicher Existenzen, auf einem breiten und zufriedenen Mittelstand, und je tiefer dieser in die Bevölkerung einwächst, desto besser ist es.“ Es ist freilich mehr als naiv in der Zeit der industriellen Riesenbetriebe, der gewaltigsten Schiffahrtsgesellschaften, der überall hervortretenden Kartellierung von einer derartigen kleinlichen und kurzsichtigen Steuerpolitik eine Erhaltung des Mittelstandes zu erhoffen. Die bayerische Steuergesetzgebung von 1899, die vorbildlich war für die gesetzgeberischen Versuche in Preußen und Sachsen, in Württemberg und Baden, in Braunschweig und in andern Bundesstaaten wollte durch eine mittelstandspolitische Steuerpolitik freilich nicht bloß die Warenhäuser, sondern den Großbetrieb überhaupt treffen. Nicht nur gegen das große Kaufhaus, sondern auch gegen die große Mühle, gegen die große Bierbrauerei richtete sich die Finanzkunst des Zentrums. Aber das bayerische Zentrum erreicht wohl ganz ungeheuerliche Progressionen in der Gewerbesteuer, Progressionen, die sie bei der direkten Einkommensteuer mit größter Entschiedenheit bekämpfen würden, die aber an der wirtschaftlichen Entwicklung zum Großbetriebe nicht das Geringste änderten. Es sei nur darauf hingewiesen, daß die Normalanlage für die Bierbrauereien

von 4 Pf. pro Hektoliter Malz bei Brauereien bis zu einem Verbrauch von 500 Hektoliter stieg auf 30 Pf. pro Hektoliter bei den Brauereien, die über 200 000 Hektoliter Malz in ihrem Betriebe verwenden. Und doch ist seit dem Inkrafttreten des Gesetzes die Zahl der kleinen und mittleren Brauereien weiter gesunken, die Großbrauereien sind wirtschaftlich mächtiger und konkurrenzfähiger geworden. Genau so geht es mit den Warenhäusern! Keines der großen Warenhäuser ging ein, fast alle vergrößerten sich, errichteten neue Filialen, bauten sich neue riesige Kaufhäuser und neben den alten entstanden neue Warenhäuser. Daß dabei der Detailhandel keine Stärkung erfuhr, bedarf nicht weiterer Auseinandersetzung. Und ebenso wie in Bayern sehen wir in Preußen, in Sachsen, in Baden und Württemberg die gleiche Entwicklung. Vielleicht mag, und darauf deutet die preußische Warenhaussteuer-Statistik hin, das kapitalschwache Warenhaus die Waffen gestreckt haben, aber das große rationell betriebene, eine ernstliche Konkurrenz bedeutende Warenhaus steht heute innerlich gefestigt da trotz der hohen Steuern.

Betrachten wir nun, welche Steuern überhaupt gegen die Warenhäuser in Betracht gezogen wurden. Man könnte sich ja freilich die Mühe leicht machen und sagen, daß alle diese gesetzgeberischen Versuche nur einen Namen verdienen, von dem der bekannte Finanztheoretiker von Heckel sagt, daß man nicht mit Unrecht von einer Erdrosselungssteuer sprechen könnte. Es handelt sich bei diesen Steuern nicht darum, daß man in vernünftiger Progression, wofür wir selbstverständlich sind, die ertragreichen Geschäfte stärker trifft wie die mit kleinen Gewinnen. Man sieht zum Teil oder ganz ab von der Besteuerung des Ertrages, man erstrebt eine Besteuerung des Umsatzes oder der äußeren Erscheinungen des Betriebes oder der Anzahl der beschäftigten Personen oder der Zahl der Warengattungen, die zum Verkaufe gestellt werden, oder noch lieber Kombinationen aller dieser Formen, die doch keine genügenden Mittel zur Messung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit sind, denn die Rückschlüsse aus rein äußerlichen Merkmalen liefern, nicht zuletzt in der Finanzpolitik, schiefe und rohe Resultate. Das einzig vernünftige Prinzip der Steuerpolitik ist das Ausgehen vom Prinzip des Reinertrages. Aber die Mittelstandspolitiker beabsichtigen gar nicht, eine gerechte Besteuerung herbeizuführen, nicht der Steuerzweck steht bei ihnen im Vordergrunde oder ist für sie überhaupt maßgebend, sondern ausschließlich die beabsichtigte Schädigung des Warenhauses, seine Einengung, die Abschreckung von Neugründungen. Vom naheliegendsten, der Fortbildung der Gewerbesteuer oder der Einführung einer freilich Fräulein Krupp ebenso treffenden stark progressiven Einkommensteuer sah man ab. Man erwog die Branchensteuer, welche die Zahl der Warengattungen mit der Größe der Umsätze kombiniert besteuern soll, dann die Filialsteuer, durch die man jede Filiale eines Geschäftes mit einer Sondersteuer belegen wollte, dann die Personalsteuer, bei der die Steuer wachsen sollte mit der sich steigernden Zahl des Hilfspersonals, dann die beliebteste oder meistens angewandte Form, die Umsatzsteuer, die von dem äußerlichen Momente des Umsatzes im Warenhause ausgeht. Ferner sind vorgeschlagen worden Raum- oder Flächensteuer, in Frankreich versuchte man eine Kombination der Patent-, Miet- und Personalsteuern, auch andre Versuche wurden gemacht, auf die wir hier im einzelnen nicht eingehen wollen. Eigentümlich sind allen diesen Steuern die Motive, daß „der durch diese Unternehmungen drohende Ruin der mittleren und kleinen Betriebe im Handel und Gewerbe verhindert werden sollte".

In Bayern besteht die Umsatzsteuer auf Grund des Gesetzes vom 9. Juni 1899, in Preußen auf Grund des Gesetzes vom 18. Juli 1900 eine Besteuerung der Warenhäuser auf Grund einer Kombination der Höhe der Umsätze und der Zahl der im Betriebe vereinigten Warengruppen, im Königreich Sachsen eine den Reinertrag bis zu 10 Proz. treffende Umsatzsteuer, die den Gemeinden, welche sie einführen, zugute kommen soll. Aehnlich ist die Besteuerung in Württemberg,

besonders scharf bestrebte man sich, gegen die Warenhäuser und Konsumvereine, die ja auch durch die meisten andern Gesetze getroffen werden sollen, in Braunschweig vorzugehen.

Daß diese Ausnahmebesteuerung zum Zwecke der Einschränkung gewisser Formen des Handelsbetriebes den klaren Bestimmungen der Gewerbeordnung widerspricht, war wohl allen Finanzministern, welche diese Gesetzentwürfe einbrachten und verantwortlich zeichneten, genügend bekannt, aber es hinderte sie nicht, der mächtigen Zentrumspartei und den andern Vormündern des Mittelstandes nach Wunsch entgegen zu kommen. Im § 1 der Reichs-Gewerbeordnung wird der Gedanke der Gewerbefreiheit klar festgestellt: „Der Betrieb eines Gewerbes ist jedermann gestattet, soweit nicht durch dieses Gesetz Ausnahmen oder Beschränkungen vorgeschrieben oder zugelassen sind.“ Wenn man also die Warenhäuser erdrosselt oder in ihrem Betriebe beschränken will, so ist dies auf Grund des klaren Wortlautes des Reichsgesetzes nur möglich durch eine Aenderung der Reichs-Gewerbeordnung. Aber hieran wagte man sich nicht, und man mißachtete auch den in der Reichsverfassung klar ausgesprochenen Grundsatz, daß Reichsrecht vor Landesrecht gehe. Alle diese den Betrieb der Warenhäuser beschränkenden Steuergesetze der Landesgesetzgebungen widersprechen dem Geiste und dem Wortlaute der Reichsverfassung. Aber für Minister und maßgebende Parteien im Reiche bestehen derartige Rücksichten nicht, es genügt vollständig, wenn man die Gesetze gegen diejenigen scharf anwendet, die man als Sozialdemokraten haßt und ausrotten möchte. Auch eine Reihe andrer Bestimmungen der Gewerbeordnung sprechen sich mit voller Klarheit gegen diese gekünstelten Beschränkungen der Warenhäuser aus.

Daß auf dem Wege der Steuergesetzgebung den Warenhäusern nicht beizukommen ist, lehren nicht bloß die kurzen Erfahrungen mit diesen Steuerexperimenten in verschiedenen Bundesstaaten des deutschen Reiches, sondern auch die viel ältere Gesetzgebung Frankreichs und einzelner Glieder der Vereinigten Staaten gegen die Warenhäuser. Der Kampf gegen die Warenhäuser ist in Frankreich seit Jahrzehnten geführt worden und in großartiger Weise organisiert. Schon vor Jahren besaß die französische Liga gegen die Warenhäuser über 33 000 Mitglieder und eine eigene Zeitung. Trotzdem ist die Entwicklung der Warenhäuser in Frankreich eine ganz außerordentliche. Einer der genauesten Kenner dieser Materie, der österreichische Sektionschef Mataja, der Leiter des arbeitsstatistischen Amtes, der die erste diese Frage behandelnde Schrift in deutscher Sprache veröffentlicht hat, meint, daß gegen Besteuerungsmaßnahmen, die nur den Zweck haben, eine etwa vorhandene Zurücksetzung der kleineren und mittleren Kaufmannschaft wieder gut zu machen und eine der Leistungsfähigkeit entsprechende Verteilung der Steuerlasten zu bewirken, nichts einzuwenden, sie vielmehr zu unterstützen ist. Sofern aber Steuerprojekte über diesen Rahmen hinausgehen und eine Waffe gegen eine bestimmte Art von Betrieben bilden sollen, begegnen sie gewichtigen grundsätzlichen Einwendungen, die sich auf Bedenken hinsichtlich der Verwendung des Steuerwesens zu derartigen wirtschaftlichen Zwecken stützen. Auch steht solchen Projekten die Erwägung entgegen, daß eine mäßige Mehrbesteuerung nennenswerten Einfluß auf die wirtschaftliche Entwicklung nicht habe, eine zu schroffe Belastung hingegen einem wachsenden Widerstand begegnen würde, der sich keineswegs bloß auf die Kreise der unmittelbar Beteiligten beschränken dürfte; auch würden dann die ohnehin vorhandenen Schwierigkeiten einer steuertechnisch befriedigenden Veranlagung zunehmen, sowohl was die Auswahl der der Sonderbesteuerung zu unterziehenden Betriebe als was die Bestimmung der Bemessungsgrundlage anbetrifft.

Ein wichtiger Einwand gegen diese Besteuerung ist ferner der, daß der Steuerzahler, der getroffen werden soll, ein andrer ist wie der Steuerträger, der wirklich durch die Steuer belastet wird. Die für jeden Steuerpolitiker in erster Linie in Betracht kommende Frage, ob die Steuer abgewälzt, d. h. auf andr

überwälzt werden könne, ist bei allen diesen Steuergesetzen nicht genügend, oft gar nicht gewürdigt worden. Drei Möglichkeiten der Steuerüberwälzung kommen in Betracht. Die Ueberwälzung auf die Käufer der Waren, die höhere Preise bezahlen müßten, wogegen die Detailhändler wohl nichts einzuwenden hätten, die Ueberwälzung auf das Personal, dem man weniger Gehalt bezahlt, wogegen die „sozialpolitischen" Mittelstandspolitiker auch nicht viel einzuwenden hätten, und endlich die dritte, wirksamste, den Absatz der Warenhäuser nicht hemmende, den Zweck der Mittelstandspolitik illusorisch machende, die Abwälzung auf die Lieferanten, wodurch trotz der Steuer, wie die Erfahrung gelehrt hat, die Konkurrenzfähigkeit der Warenhäuser gewachsen ist. Die Produzenten der Waren können vielfach nur dann auf Bestellungen von den Großbetrieben im Detailhandel rechnen, wenn sie sich bereit finden, die Steuerlasten zu übernehmen, d. h. die auf die Warenhäuser gelegten Umsatzsteuern zu tragen. Das Warenhaus erzwingt sich somit gerade unter dem Drucke der „Erdrosselungssteuern" billigere Preise bei den industriellen Produzenten. Eine ganze Reihe von ihnen ist auf die Abnahme ihrer Produkte durch die Warenhäuser angewiesen, hat seiner Produktion einen eigenen Zuschnitt gegeben, gerade mit Rücksicht auf die großen Abnehmer.

Die Ueberwälzung der Steuern ist eine jedem Steuerpolitiker bekannte Tatsache; die Hausagrarier überwälzen Bau- und Mietssteuern auf die Mieter, die Getreidehändler die von ihnen ausgelegten Zölle auf die Müller, diese auf die Bäcker und zuletzt zahlt der Konsument mit dem Preise für das Brot auch den Zoll, den der importierende Getreidehändler ausgelegt, d. h. nur vorgestreckt hat. Genau die gleiche Erscheinung finden wir bei den Zuckersteuern, bei den Branntweinsteuern usw. Der Unterschied ist nur der, daß der Gesetzgeber bei der Einführung von Zöllen und Verbrauchssteuern sehr wohl weiß, daß Steuerzahler und Steuerträger verschiedene Personen sind, daß der Steuerzahler in letzter Linie auf den Konsumenten die Steuer abwälzt. Ganz anders ist es aber bei der Besteuerung der Warenhäuser. Hier wollte man nicht den Konsumenten, sondern das Warenhaus treffen. Man irrte sich aber gründlich, das Warenhaus blieb unbehelligt von den scharfsinnig ersonnenen Steuern, die Ueberwälzung machte aber einen ganz anderen Weg als den sonst bei der Steuerüberwälzung üblichen; nicht der Konsument, sondern der Produzent wurde zum Steuerträger. Für die industriellen Arbeiter hat diese Verschiebung der Steuerleistung eine bedenkliche Folge. Der industrielle Unternehmer, der die Waren an seine hauptsächlichen Abnehmer billiger liefert, will selbstverständlich trotzdem seinen Profit ungeschmälert erhalten. Er kann dies nur durch eine Verbilligung der Produktionskosten. Da er die Qualität der Waren nicht ändern kann, weil dies ihm den Verlust der wertvollen Kundschaft eintrüge, da er auf die Preise der Rohprodukte und Hilfsstoffe nicht einwirken kann, da er auch den Zinsfuß für das von ihm verwendete fremde Kapital nicht herabzudrücken vermag, so bleibt ihm nur ein Weg übrig, einen Ausgleich zu seinen Gunsten zu schaffen, nämlich die schlechtere Bezahlung oder die stärkere Ausbeutung der Arbeiter, was im Ergebnis auf das Gleiche herauskommt: auf die Schädigung der industriellen Arbeiter, die in letzter Linie die von den „sozialpolitischen" Mittelstandspolitikern durchgesetzten Steuern zu zahlen haben.

So ergeben sich aus dem Kampfe gegen die Warenhäuser zwei Ergebnisse. Das Ziel der Erdrosselung der Warenhäuser ist nicht im mindesten erreicht worden, und die eigentlich Geschädigten sind die industriellen Arbeiter, welche die Waren herstellen, die im Warenhause vertrieben werden. So ergibt sich eine gegen den Großbetrieb im Detailhandel wirkungslose, für die Arbeiter in der Industrie sehr bedenkliche Erscheinung aus der Mittelstandspolitik, welche die Alleinberechtigung des Detailhandels im letzten Vermittlungsstadium zwischen Produzenten und Konsumenten auf die Fahne geschrieben hat.

VII. Schlußergebnisse.

Wenn wir den ganzen Detailhandel übersehen, so finden wir, daß der Laden-Kleinhandel die ältere Form, die Konsumvereine und Warenhäuser die neueren Formen sind. Dieser Gegensatz bedeutet zugleich, daß der Kleinhandel in der Regel der schwächere, die Konsumvereine und Warenhäuser der stärkere Teil sind. Eine Betrachtung der ganzen Wirtschaft lehrt uns, daß die Erscheinung der Ausschaltung des Zwischenhandels nicht ein krankhafter Zustand im Kleinhandel, sondern eine Erscheinung ist, die sich in allen Formen des Wirtschaftsbetriebes aus den gleichen Ursachen entwickelt hat. Wir wissen auch, daß diese Erscheinung nicht bloß im Gebiete des Deutschen Reiches aufgetreten ist, daß der gleiche Konkurrenzkampf zwischen neuen und alten Formen des Handels in allen modernen Staaten zu beobachten ist, so schon seit langem in England und Frankreich, dann auch in den Vereinigten Staaten von Amerika, in der Schweiz und in Nord-Italien.

Nach der technisch-wirtschaftlichen Revolution, welche die neuen Industrieformen ermöglicht hat, finden wir nun wirtschaftlich-organisatorische Neuerscheinungen mit ähnlichen revolutionären Wirkungen; hierzu gehört die Bildung der Kartelle, die Einführung des Prämien-Akkordsystems in der Industrie, die Warenhäuser und Konsumvereine im Handel, um nur die wichtigsten anzuführen. Eine großzügige Wirtschaftspolitik wird mit diesen Erscheinungen rechnen, wird wohl ihre Auswüchse bekämpfen, es wird ihr aber nicht in den Sinn kommen können, diese wirtschaftliche Entwicklung auf eine frühere Entwicklungsstufe zurückzuführen. Alle Versuche ähnlicher Art auf den verschiedensten Gebieten haben mit einem Mißerfolg geendet. Die wirtschaftliche Entwicklung muß anerkannt werden, was sich als lebensfähig erwiesen hat, läßt sich durch Polizeimaßregeln und durch steuerpolitische Experimente nicht den Garaus machen. Am wenigsten wird dies möglich sein, wenn eine bessere und wohlfeilere Besorgung der Warenzuführung an die Konsumenten einem allgemeinen Interesse entspricht.

Es kann kein Zweifel herrschen, daß eine Politik, welche die Warenhäuser tatsächlich erdrosselt, zu einer weiteren schweren Belastung der Konsumenten führen müßte. Dies wäre um so bedenklicher, als wir durch die agrarische Zollpolitik mit überaus schweren Belastungen der Konsumenten zu rechnen haben. Der Geist unsrer ganzen Steuerpolitik, die ständige Bevorzugung der indirekten Steuern drückt die Lebenshaltung der großen Massen herunter. Von neuem spricht man von einer Erhöhung der Biersteuern, andre Steuerprojekte ähnlicher Art werden erwogen. Es ist dies begreiflich, denn immer neue Lasten erfordert das weltpolitische Streben, das mit der Vermehrung von Heer und Flotte auf das engste verknüpft ist. Ganz abgesehen von der politischen Bedeutung dieser Erscheinungen, ergibt sich klar die Wirkung für die breiten Massen der Bevölkerung in einer Einengung des Konsums. In gleicher Richtung muß die allem Anscheine nach erst in ihren Anfängen befindliche steuergesetzliche Bekämpfung der Warenhäuser wirken. Das ist e i n e r der Gründe, weshalb die organisierte Arbeiterschaft diese Gesetzgebung bekämpfen muß.

Wir, die wir der Schule von Karl Marx entstammen, wissen, daß die Ausbildung des Großbetriebes nicht gehemmt werden kann. Wir wissen, daß der Großbetrieb mit seinen Auswüchsen nicht zurückgeschraubt werden kann auf die Formen des Kleinbetriebes, wir wissen, daß das heutige großkapitalistische System sich ausleben muß und daß es nur ersetzt werden kann durch eine auf der höchsten Stufenleiter angelangte Entwicklung des Großbetriebes, die die wirtschaftliche Unterlage der sozialistischen und demokratischen Gesellschaftsordnung bilden wird.

Vorwärts Buchdruckerei und Verlagsanstalt Paul Singer & Co., Berlin SW. 68, Lindenstr. 69.

Centralverband der Handlun[…] und Gehülfinnen Deutschlands ▿ Sitz Hamb[…]

Forderungen.

Der Centralverband der Handlungsgehülfen und Gehülfinnen Deutschlands erkennt, daß im Handelsgewerbe eine wirtschaftliche Entwickelung wirksam ist, welche dahin geht, einerseits durch immer größere, kapitalkräftigere Verkaufsgeschäfte für die verschiedensten Artikel an den Mittelpunkten des Verkehrs (Bazare, Warenhäuser) die kleineren Geschäfte und damit auch die Möglichkeit zu vernichten, daß die Mehrzahl der Gehülfen selbständig werden kann, andererseits durch immer größere Arbeitsteilung in den Engros- und Bankgeschäften, sowie durch umfassende Heranziehung weiblicher Kräfte die Stellung des Handlungsgehülfen immer unsicherer und weniger lohnend zu machen. Diese Entwickelung entspricht in vielen Punkten derjenigen in anderen modernen Gewerben und ist vom Standpunkte der von ihr nachteilig Betroffenen zu bedauern, aber durch kein Mittel aufzuhalten und nur durch schließliche Beseitigung des jetzigen Verhältnisses zwischen Kapital und Arbeit zu überwinden. Für die nächste Zeit erscheint dem Centralverband der Handlungsgehülfen und Gehülfinnen Deutschlands der Schutz der in bezahlter Arbeit bei den Handelskapitalisten stehenden männlichen und weiblichen Kräfte durch einheitliche Organisation als das einzige Mittel, diese Kräfte vor dem Herunterdrücken auf eine immer tiefere Kulturstufe zu bewahren. Er empfiehlt deshalb allen männlichen und weiblichen Handlungsgehülfen Deutschlands das Eintreten für folgende Forderungen:

1. **Verkürzung der Arbeitszeit auf acht Stunden, bei Festsetzung eines Uebergangsstadiums; Einführung des gesetzlichen Achtuhr-Ladenschlusses.**
2. **Obligatorischer Fortbildungs-Schulunterricht während täglich zwei Vormittagsstunden für Angestellte unter 18 Jahren.**
3. **Vollständige Sonntagsruhe von mindestens 36 Stunden.**
4. **Gesetzliches Verbot aller Abzüge vom Gehalt, außer derjenigen für Versicherung; bessere Anpassung der Versicherungsgesetze an die Bedürfnisse der Handlungsgehülfen.**
5. **Handelsinspektion nach Art der Gewerbeinspektion und im Anschluß an dieselbe, unter Hinzuziehung von Gehülfen.**
6. **Verbot der Konkurrenzklausel.**
7. **Gesetzliche Verpflichtung des Prinzipals, das Gehalt während militärischer Uebungen des Gehülfen diesem bis zu sechs Wochen weiter zu zahlen.**

Damit diese Forderungen mit viel größerem Nachdruck als bisher vertreten werden können, ist es nötig, daß alle gesetzlichen und polizeilichen Beschränkungen des Vereins- und Versammlungsrechtes fallen und daß die bezahlten Kräfte im Handelsgewerbe sich einheitlicher als bisher, ohne Unterschied der Konfession, der Geschäftsstellung und des Geschlechts, im Centralverband der Handlungsgehülfen und Gehülfinnen Deutschlands organisieren.

Auszug aus dem Statut.

Der Verband bezweckt die allseitige Förderung der wirtschaftlichen Interessen seiner Mitglieder. Dieser Zweck soll erreicht werden durch **Erzielung möglichst günstiger Arbeitsbedingungen**, durch **Stellenlosen-Unterstützung** (nach einjähriger Mitgliedschaft auf die Dauer von acht Wochen), **Stellennachweis**, durch **Gewährung von Rechtsschutz** (nach dreimonatlicher Mitgliedschaft) und durch **berufsstatistische Ermittelungen.**

Parteipolitische Bestrebungen sind ausgeschlossen.

Der monatliche Beitrag beträgt für männliche Mitglieder 1 Mk., für weibliche 60 Pfg. Kein Eintrittsgeld.

Das vierzehntägig erscheinende Verbandsorgan **„Handlungsgehülfen-Blatt“** wird allen Mitgliedern **unentgeltlich und frei** zugestellt.

Der Centralverband der Handlungsgehülfen und Gehülfinnen Deutschlands ist der einzige Verband, der **nur Angestellte** aufnimmt und deshalb allein die Gewähr bietet, daß durch ihn **die Interessen der kaufmännischen Angestellten rücksichtslos** gefördert werden. Der Centralverband ist der einzige Verband, der die durch die Frauenarbeit im Handelsgewerbe entstandenen Schäden, wie alle sonstigen Mißstände, durch gemeinsame Organisation der Gehülfen und Gehülfinnen beseitigen will.

Jeder vorwärts strebende Handlungsgehülfe, jede Gehülfin schließe sich dem Verbande an! Man verlange Beitrittspapiere.

Der Vorstand des Centralverbandes der Handlungsgehülfen u. Gehülfinnen Deutschlands. (Sitz Hamburg.) ▿ ▿ ▿ ▿ Geschäftsstelle: Hamburg 6, Marktstr. 136.